

évet kiindulópontul véve, 1990-ig három évet fedne le. A megszűnő kiadványok pótlása az árindex-szabványok elvein alapul majd, s ahol lehetséges, a lemezen szereplő adatok mennyisége (megabájtokban) is szerepelni fog az adatbázisban. Az 1990-es években megjelenő új címek növelhetik az egyes szakterületek reprezentativitását. Függetlenül attól, hogy technikai szempontból jegyzéket vagy indexet állítunk-e össze, az összegyűjtött adatok hasznos útmutatással szolgálhatnak.

## Irodalom

[1] BENTLEY, S.: Prices of U. S. and foreign published materials. = Bowker Annual Library and Book Trade Almanac. New Providence, NJ, USA, R. R. Bowker, 1991. p. 399–422.

MASON, P. R.: Price indexes for the new media: a CD-ROM case history. = Library Acquisitions: Practice & Theory, 17. köt. 3. sz. 1993. p. 239–248./

(Murányi Péter)

## Teljes szövegű napilapok: növekvő nemzetközi hozzáférhetőség

### A piac jellemzői

Egyre több olyan online adatbázis jelenik meg, amely teljes szöveggel tartalmaz napilapokat. Elterjedtségük elsősorban az angol nyelvterületen növekszik. A kínálat szélesedése több tényezőre vezethető vissza. Ilyen pl. az adattárolási kapacitás fejlődése a tárolt adatok mennyiségét és a bevitel gyorsaságát tekintve, vagy a napilapok új előállítási technikáinak (pl. fotokompozíció) megjelenése. A teljes szövegű adatbázisok elsősorban olyan felhasználók számára válnak vonzóvá, akik kevésbé kedvelik a hagyományos bibliográfiai leírásra épülő szolgáltatásokat, és szívesebben veszik a teljes szöveg, cikk megjelenítését anélkül, hogy ez különösebb dokumentumbeszerzési nehézséget okozna. Az új termékek előnyeik révén növelhetik az ilyen felhasználók körét, ami a kínálat szélesedésére hat vissza. Így kölcsönös kapcsolat alakul ki kínálat és kereslet között.

Másrészt az újságkiadók lelkesedése és dinamizmusa is a kínálat növekedését segíti elő. A szerkesztők magatartása természetesen országonként különböző, leginkább az Egyesült Államokban viszonyulnak pozitívan a teljes szövegű online elérhetőséghez. Nagy-Britanniában is kedvező a helyzet, habár a *Financial Times* e kérdésben alkalmazott stratégiája éppen az ellenpéldák közé tartozik. Az történt ugyanis, hogy a lap vezetői az európai felhasználóknak kizárólag a PROFILE hoston keresztül biztosították az elérhetőséget, míg a nem európaiak a hatékonyabb parancsnyelvű DIALOG-on vagy az MDC NEXIS-en keresztül is elérhetik a lapot. Az európai kezelők számára egy ilyen döntés kedvezőtlennek tekinthető, ami megnehezíti az elérhetőséget, és akár a lap mellőzésének következményével is járhat.

A francia szerkesztők egy-két kivételtől eltekintve (*Le Monde*, *La Tribune* és *La Croix*) nem igazán érdeklődnek a teljes szövegű online lapterjesztés iránt. Habár az utóbbi időben a szakemberek igyekeznek

nyomást gyakorolni a kormányra, hogy törvényhozói és pénzügyi támogatást nyújtson a hírek online elérhetőségének biztosításához.

### Az olvasó-újság kapcsolat

Sok újságkiadó felismerte, hogy a napilapok elektronikus terjesztése egyben egy természetes és szükséges diverzifikációt jelent. Azt is megértették, hogy ezzel a megjelenési formával új jövedelemforrásokat aknázhatnak ki, lapuk jó hírnevét is növelhetik. Olyan információs szükségleteket elégíthetnek ki, amelyek eltérnek a nyomtatott forma által kielégítettektől.

Egy teljes szövegű online napilap megjelentetése attól függően tekinthető szükségesnek és lényegesnek, vagy éppen értelmetlennek, hogy milyen az olvasók és a lap közti kapcsolat jellege, illetve hogy a nyomtatott lap mennyire felel meg e viszonyoknak. Mindezek nyomán az igények négy típusát különböztethetjük meg:

#### 1. „A mai nap szelének belélegzése”

Ebben az esetben az olvasó azon információs szükségletéről van szó, amikor áttekinteni szeretné azt, ami az elmúlt napon vagy héten történt. A forrást kell csak megtalálnia, amely többé-kevésbé állandó jelleggel prezentálja és osztályozza a történéseket. Ez a tipikus esete annak, amikor az online adatbázis megjelentetése nem célszerű.

#### 2. Azonnali és pontos információ

Ennek példája, ha egy részvény tőzsdei árát vagy egy vállalat címét keressük. A választ manuális módon is megtalálhatjuk, de ekkor az elektronikus adatbázisnak már nagy előnyei vannak:

- sokkal nagyobb területeket fed le, mint a nyomtatott források;
- ha tudjuk, hogy melyik adatbázishoz nyúlunk, sokkal rövidebb idő alatt megtaláljuk a választ;

- nem szükséges, hogy az adat fizikailag is jelen legyen.

### 3. Retrospektív visszakeresés

Ilyen szükséglet akkor merülhet fel például, ha valamilyen tevékenységgel vagy termékkel kapcsolatos mélyebb kutatás előkészítése, vagy tárgyalásra való felkészülés során előzetes keresést folytatunk. Egyes dokumentációs központok sok információval rendelkeznek ugyan, de a nyomtatott anyagok manuális keresésével szemben – az előző pontban felsorolt pozitívumok mellett – az elektronikus forrásoknak további előnyei vannak:

- a felmerülő keresési témák nem minden esetben határozhatók meg előre, igen összetettek is lehetnek;
- az online szolgáltatás a keresőkérdés kifinomult megfogalmazását teszi lehetővé, ami a manuális keresésnél nem lehetséges;
- a feltett kérdés módosítható, attól függően, hogy a részeredmények során milyen válaszokat kaptunk.

### 4. Stratégiai és kompetitív kutatás

Az ide tartozó információs igény megfelelő kielégítésének első fázisa a manuális keresés, pl. a napi hírek, aktualitások, események elemzése, majd kapcsolatfelvétel az adott szakma képviselőivel, részvétel szakmai eseményeken, kiállításokon. Harmadik lépés az adatbázisok lekérdezése, ami nagyon hasznos, szinte döntő fontosságú feladat. Az elektronikus adatbázisok megjelenése óta lehetővé vált a keresés területének jelentős kiszélesítése, illetve a kérdések kifinomult megfogalmazása.

#### A kínálat vizsgálata

A francia adatbázis-használóknak nagyszámú teljes szövegű adatbázis elérésére van lehetőségük. Ez a kínálat különösen megnőtt, mióta 1991 júliusában megjelent az amerikai Teljes szövegű online források c. kiadvány (*Fulltext Sources Online*, Bibliodata 1991), amely több mint ötezer teljes szövegű forrást gyűjt össze. Ezek az adatbázisok nemcsak periodikák, hanem napilapok, hírlevelek és sajtóközlemények szövegeit is tartalmazzák. (Jelentős számuk azonban csak a cikkek egy bizonyos szelektált körét tartalmazza.)

Jelen elemzésünket csak a napi, általános vagy gazdasági hírek körére korlátozzuk; olyan napilapokat, mint az *American Banker* vagy a *Lloyd's List*, nem veszünk figyelembe. Szintén nem elemezzük azokat a sajtótermékeket, amelyeknek csak egy részük kerül be az adatbázisba (pl. *McCarthy Information* vagy *Business Dateline*). Azokat a napilapokat vizsgáljuk, amelyek teljes szöveggel jelennek meg az online adatbázisban, habár olyan információs adatok, mint a hirdetések, meteorológiai jelentések vagy a tőzsdei

árak még ezekből sem kerülnek át az elektronikus formába (a hírügynökségi jelentések sem). Az alábbiakban a véletlenül kiválasztott napilapszámok elemzése során nyert tapasztalatainkat adjuk közre (olyan lapokra, amelyek több hostból is megvannak).

A *Boston Globe* vagy a *San Francisco Chronicle* cikkeinek száma több a DIALOG, mint a MEAD DATA host esetén. A különbség elsősorban a hírügynökségi jelentések és a más lapoktól (pl. *The New York Times*) átvett cikkekk számának eltéréséből fakad. MEAD DATA-n a *The New York Times* exkluzív adatbázisként képezhető; viszont a DIALOG tesztelésénél sok olyan cikket találtunk ebből a lapból, amely regionális lapokban is megjelenik. A két host közti másik különbség, hogy a DIALOG-on található cikkek általában valamivel hosszabbak, mint a MEAD DATA esetében.

Még fontosabb a különbség a PROFILE és a TEXTLINE között.\* Ez utóbbi általában kevesebb cikket tartalmaz, de hosszabb időtartamot ölel fel, a hosszú cikkeket pedig több részre osztja.

Vizsgáltuk a *Jerusalem Post* elérhetőségét, amely mind a MEAD DATA, mind a DATA-STAR hostokon elérhető, azonos volt a lefedettség a vizsgált számokban, eltérő volt viszont az aktualizálás gyakorisága.

Mindezek a különböző hostok heterogenitását és a lefedettség kör különbségét mutatják. A MEAD DATA és a DIALOG kb. 30 napilappal jött ki először, amelyek általában különbözőek voltak, változó lefedési időszykokkal. A TEXTLINE 20 napilapot tartalmaz, viszonylag hosszú időre megy vissza, de a megjelent írásoknak csak egy részét veszi át egy-egy számból. A MEAD DATA hoston az angol nyelvű lapok a NEXIS, míg a *Le Monde* és a *Süd Deutsche Zeitung* a EUROPE állományban érhetőek el.

#### A keresési mód eltérő bonyolultsága

A teljes szövegű sajtóadatbázisok általános jellemzője, hogy nem találunk tárgyszavakat, és az adatmezők szerinti visszakeresés csak a cím, a kiemelt vezérbekezdés és a szöveg szerint lehetséges. Vannak kivételek, a *Le Monde* vagy a *Handelsblatt* például, amelyek tárgyszavakat is tartalmaznak. Néhány amerikai napilap szintén lehetővé teszi, hogy kulcsszavak vagy cikktípusok szerint szelektálhassunk. Ezek az adatbázisok különösen alkalmasak kis vagy közepes cégekre vonatkozó információk keresésére, nagyobb cégek, vagy akár egy-egy személy tevékenységének kutatására. Összetettebb kérdések megfogalmazása – mint pl. a mezőgazdasági termelés környezetvédelmi vonatkozásai – ezek az adatbázisok kevésbé alkalmasak.

\* Meg kell jegyezni, hogy az összehasonlítás így helytelen: a PROFILE (FT PROFILE) egy host, a TEXTLINE pedig egy adatbázis. – A ref.

Nem szabad elfelejtenünk, hogy az újságírók elsődleges célja és feladata nem az online adatbázis előállítása, hanem nyomtatott kiadványok napi megjelentetése, amelyeknek saját logikai rendszerük van. Egyes adatbázisok a cikkekre vonatkozó összefoglalókat vagy ahhoz tartozó indexeket is tartalmaznak.

Nézzünk néhány példát a keresési költségekre. A Télé Consulte hoston (a MEAD francia képviselője) egy-egy keresés egységesen 140 frankba kerül a francia felhasználóknak. Ez az összeg valamivel több mint 14 percre teszi lehetővé egy napilap online elérését a DIALOG-on, ahol a kapcsolati óradíj 583 FRF, plusz 2,75 FRF egy-egy cikk megjelentetési díja. Összehasonlításként, a MEAD hoston a kapcsolódási óradíj 470 FRF.

### Online időkésés

Egy-egy adatbázis aktualizálásának frissességét a DIALOG-ot kivéve a hostdokumentációk alapján vizsgáltuk. A DIALOG-nál azt tapasztaltuk, hogy általában egynapos, néha valamivel hosszabb késéssel kerülnek be a lapok. Négy alkalommal teszteltük az adatbázist, és átlagot számítottunk. Néhány példa az eredményeinkből: a *Chicago Tribune* mind a négyszer már a

nyomtatott kiadás megjelenésének napján elérhető volt, a *Los Angeles Times* négy eset közül háromszor, a *San Francisco Chronicle* egyszer került be még aznap az elektronikus adatbázisba, míg a *The Washington Post* négy eset közül négyszer később egy-egy napot.

Általában azt mondhatjuk, hogy a DIALOG és a PROFILE igen gyorsak, míg a MEAD DATA hoston található lapok vagy nagyon hamar (egy nappal a nyomtatott megjelenése után), vagy nagy késéssel (6–8 héttől 3–4 hónapig) kerülnek be az adatbázisba. (Az adatbázis-felhasználók eligazodását segíti a teljes szövegű online sajtóadatbázisok között az eredeti cikk *melléklete*, amely az egyes napilapok európai elérhetőségi helyét közli országokénti csoportosításban.) A DIALOG rendszeresen közli azoknak a publikációknak a listáját, amelyek teljes szöveggel megtalálhatók valamelyik sajtóadatbázisban. A Télé Consulte szintén kiadja a NEXIS-en elérhető publikációk jegyzékét.

**/LIBMANN, F.: Full text daily newspapers: increasing international availability. = Online Review, 16. köt. 5. sz. 1992. p. 287–295./**

(Kardos Krisztina)

## Szerzői jog és innováció az elektronikus kiadói tevékenységben

A tudományos kommunikáció világa sokat változott a személyi számítógépek, és különösen a hálózatokhoz való kapcsolódásuk lehetőségének megjelenése óta. Ebben a „szép új világban” a szerzői jog a múlt relikviájának tűnhet, legjobb esetben is zavaró tényezőnek és az innováció gátlójának látszik. A szerzői jog azonban a hatékony tudományos kommunikáció elengedhetetlen feltétele.

Melyek a szerzői jog tartósan megmaradó funkciói? Közel 300 éve használjuk az információval való kereskedés szabályozására. Az idők előrehaladtával a szerzői jog a tudást mint árut határozta meg a szabad piacon, és egyúttal korlátozta a tulajdonosi érdekeket a tudás nyilvánossá tétele érdekében. A közösségi javak egyikeként fogta fel a tudást, és egyre inkább demokratizálta felhasználását. Ezt a fejlődést jól fejezi ki az Amerikai Egyesült Államok alkotmánya a 18. sz. végén, amikor a szerzői jog céljának a *tudomány és a hasznos művészetek fejlődésének előmozdítása* tekinteti.

A kezdettől fogva szabályozott két összetevő: a tulajdonosi érdekek az információs piacon, illetve az informált és szabad társadalom érdekében nyilvános

tudás közösségi érdeke egymástól igencsak eltérő fogalmak, de egyik sem lehet meg a másik nélkül.

A 18. században a könyvtárak is kezdték megváltoztatni arculatukat. A privilegizált helyzetben levő hatalom eszköze helyett a tudás demokratizmus alapján működő intézményekké kezdtek válni, és a 19. századra megjelentek a *közművelődési könyvtárak*. Korunk információs társadalmában ilyen módon a felvilágosodás korából két életfontosságú és tartós intézményt örökölt. Az egyik egy kereskedelmi szabályozórendszer, amelyet szerzői jognak nevezünk, és amely az információ létrehozói számára korlátozott törvényes monopóliumot nyújt az információ publikálására. A jog erőteljesen védi a copyright tulajdonosainak anyagi érdekeit, de célja az, hogy ezzel a védelemmel előmozdítsa a tudás közkinccsé válását. Ezt úgy teszi, hogy szabályozza (sok tekintetben gyakorlatilag korlátozza) az információ létrehozóinak adott monopóliumot.

A 18. század örökségét jelentik a könyvtárak is, amelyek a szerzői jog védte termékek iránti közérdeklődést elégítik ki. A mai jog nyelvén szólva, a könyvtárak azon helyek egyikét jelentik, ahol az